

策划词 | CEHUACI

2012年可以说是中国光伏产业的忧伤年。面对欧盟“双反”和行业不景气,不少企业通过转型进行自救,转而投资下游应用领域的光伏电站。一场光伏电站的兴建热潮正悄然进行。



# 兴建电站,消化产能:光伏企业最后的“救命稻草”?



□ 稿件撰写 赖智慧

## “小米手机”战略:为“发烧”而生

甚至小米的遥控玩具还由此变成了一个系列,扩展到了飞机和船艇。这个系列被作为主体,拍进了“米2”发布会的开场视频中,当一个画面闪烁,小米手机在玩具中穿插,最后出现的“为发烧而生”5个大字变得更有说服力。

而小米手机内部,从“百变壁纸”到现在的主题商店,还有自由桌面和犹潜伏在水面之下的更多创新,依托已有的352万用户乃至未来可能的1500万用户,小米基于MIUI系统之上的部分也正在变得更好玩。当然不是玩玩就算,还要玩得精致,为此小米特意进行了主题的征集,大奖是一辆“SMART”汽车。据说,现在已经收到了相当数量水准很高的专业主题作品。“以前,手机很少有人重视创意市场,包括用户自己动手做铃声、壁纸这一块。而我们要做的是将它激活,让大家的创造力在我们平台上被充分激发出来。”黎万强说。

小米公司应该发烧的不仅仅是手机配置,还应该是一种能向外散发、具有强感染力的气质。如果说手机本身代表的是小米的“形”,则其实这些代表的是小米的“神”。

而回到公司本身,“米2”是小米当仁不让的产品核心,这一点小米公司已经拼尽全力,并不敢为了后续机型留什么“后手”。在此基础上,软件和服务的短板补齐,包括小到一个包装盒的“发烧”追求,其实正在让这个核心向下扎得更深。由此延展开来,小米反思自己公司价值观所外放的气质,正由Phone飞车到主题商店等一个个具体的点,不断扩展自己的边界。它们是防御点,不管是喜欢玩具的人还是喜欢主题的现有小米手机用户,都将与小米手机本身有着更深的黏性,防御点拱卫着中央的核心点;它们也是进攻点,当有新人因为某一个点而接触到小米,他们都将有被吸引过来的可能性;甚至其中某些点,还将成为小米未来发展的重要拓展领域。

作为新一代手机公司,小米公司相信手机将成为人们生活的中心,而由中心出发,是否能给小米手机用户一种新生活的可能性?2012年8月末有两个传言,一是小米公司将在一个月后推出一款硬件产品,它是手机的配件,但也能成为家庭的重要组成部分;第二个,则是“米1”的项目组已经在“米2”发布的同时,悄然开始了“米3”的研发。

小米仍在路上,在撕开手机行业一片空间的过程中,危机信号尚未解除。可在“发烧”成为气质而不仅是配置的过程中,未来必然会有很多更有趣的事在它身上发生。

日前在北京举行的“第十二届中国光伏大会暨北京国际光伏展览会”人流稀少,现场冷清,因参展企业不多,仅展出一个半展馆。参展人员对记者说:“没什么意思,领导们来看一下就走了。”

面对欧盟“双反”和行业不景气,不少企业通过转型进行自救,主要方式是退出光伏制造领域,转而投资下游应用领域的光伏电站。海润光伏9月14日发布公告称,将投资49亿元建两个光伏电站;中利科技和保利协鑫也分别于8月底公告称计划建光伏电站。一场光伏电站的兴建热潮正悄然进行,但此举能否真正解决目前光伏行业下滑的局面?建电站真的既能消化产能又能获得稳定回报吗?

### ◎全行业亏损

2012中国国际光伏产业发展论坛公布的数据显示,今年上半年,中国太阳能光伏产品出口在保持了6年的连续快速增长后首次出现下滑,出口总额128.94亿美元,同比下滑约三成。

事实上,国内光伏业已陷全行业亏损境地,光伏上市公司上半年下滑的业绩就是有力的证明。同花顺数据统计,今年上半年,69家A股光伏概念上市公司营业收入总额1092亿元,同比减少3%。由于产品价格、毛利率大幅下滑,这些公司的净利润总额仅为37亿元,与去年93亿元的净利润相比,同比剧减60%。

上半年出现亏损的公司也骤然增多,上半年净利润亏损的光伏类上市公司多达21家,也就是说,大约有三成的公司上半年出现亏损,累计亏损规模接近20亿元。而去年上半年,亏损的光伏上市公司仅5家。

继光伏巨头赛维LDK和尚德电力被曝光可能面临破产之后,当前江浙一带已有大量中小型光伏企业面临破产,许多光伏生产设备在等待出卖,有些甚至是整条生产线以极低价格出让。有些老板已经跑路。



而低端的光伏制造业则是资本撤离的重灾区。记者了解到,江浙地区目前已有不少规模较小的光伏企业关门歇业。江苏省规模较大的中盛光电集团已宣布关闭硅片工厂,原因是严重亏损。

位于河北的光为绿色新能源公司总裁魏强表示,一年前,市场销售的光伏组件还能卖到1欧元/W,现在已降低至0.48欧元/W。与此同时,人民币与欧元的汇率还在升值,使得光伏企业遭受价格大降的同时,还要承受汇兑损失。

### ◎转型建光伏电站

由于光伏中上游生存日益艰难,许多光伏企业纷纷转型,开始向下游光伏电站寻找生存空间。一方面是为了消化现有的过剩产能,另一方面也希望借此获得相对稳定的回报。

8月31日,上市公司中利科技发布了定向增发方案,拟发行不超过1.7亿股,募资约16亿元,主要投向甘肃光伏发电项目和波多黎各光伏电站。中利科技不是唯一建电站的光伏企业。就在中利科技发布消息前,另外两家光伏企业保利协鑫和银星能源也先后表示要投资建设光伏电站。

最近宣布建电站的是海润光伏。9月14日,海润光伏公告称将投资49亿元建两个光伏电站,一个是甘肃金昌的20MW光伏发电项目,另一个是新疆柯坪县的20MW光伏发电项目。

事实上,过去一年多时间里,国

内多家光伏企业开始“往下走”,将产能过剩的太阳能电池组件延伸到下游建光伏电站。这些企业看好电站的原因在于,国家对光伏电站项目出台了相关鼓励政策。

根据国家能源局今年9月12日印发的《太阳能发电发展“十二五”规划》,“到2015年底,我国太阳能发电装机容量目标为2100万千瓦以上”。有业内人士表示,这其实为“十二五”太阳能装机容量留下了上不封顶的口子。

正是投资热情催生了一些光伏电站的新应用模式。最近出现在山东寿光农田里的光伏电站蔬菜棚就是一个新产品,这个具备光伏发电功能的蔬菜大棚是全国首座太阳能光伏农业一体化的高科技能源大棚,目前正为9月底的并网发电进行最后的准备。

负责该项目运营的华天新能源公司孙先生认为,大棚上架设太阳能发电站,这条漫长的产业链条背后,是农民、企业和政府三者的多赢。

据了解,该基地大约需要投入4000万元,并网发电后,按照每度1.15元的上网电价计算,年收入至少600万元,8年左右可收回成本。除此之外,这个年发电量1兆瓦的基地还能获得800万元的政府扶持。

对光伏企业来说,更大的吸引力在于建这样的电站不占用土地资源,可以利用大棚顶部,实现发电、农业相结合。传统方式建设光伏电站,一般为工业用地,成本非常高。在寿光这样的经济发达地区,工业用地价格已达每亩40万元,且很难

批下来,而这个占地180亩的大棚电站的土地成本几乎为零。

### ◎项目风险与资金压力

光伏企业建电站既能消化产能又获得稳定回报吗?目前来看压力与风险同在。一位光伏行业研究员表示,这只是暂时消化产能的方式,并不能解决行业整体下滑的局面,且有多方面风险。

据其介绍,目前建光伏电站有两种模式,EPC模式和BT模式。BT模式能获得比EPC模式更高的利润,但是首要条件是获得当地发改委的批准。

这样一来,问题就出现了,虽然很多企业都去做光伏电站,但并不是每家都能从当地发改委拿到批准“路条”。据记者了解,即使被广泛看好的BT模式,也并非一本万利。

目前,光伏电站国内的买主实际上就是五大电力集团。在一些较大的项目上,发改委更愿意和五大电力集团合作,民营企业要参与难度很大。青海省当地发改委此前就直接将电站项目划给了大型电力集团和能源公司。

不过,由于每个光伏电站的装机都相对较小,五大电力集团不会完全自己操作,而是采取跟光伏组件厂或开发商合作的方式,光伏企业生产出来组件后,电力集团再进行收购,由此给了民营企业一定的参与机会和空间。但是,这种模式使得民营企业必然要接受电力集团的压价,利润空间有多大并不确定。

另一重风险在于项目能否最终运行。据光为绿色新能源公司总裁魏强介绍,尽管常有地方政府在招商活动中邀请光伏企业建电站,但备受关注的光伏电力并网问题一直没有答案,“要是并不了网,建了电站也只能晒太阳”。不少地方政府为了经济发展、大规模引进光伏电站项目,但往往后期配套工作跟不上。

建光伏电站需要不少资金,这也是光伏企业建电站面临的另一重压力。

业内普遍认为,光伏企业要往下游建电站,一要拼关系,二要拼资金,“如果没有钱也没关系,就要谨慎参与了,否则就会进入到一个陷阱。”河北保定一名光伏人士说。

### 视角延伸 | Shijiao Yanshen

以中利科技为例,尽管今年上半年实现净利润1.11亿元,但公司经营活动产生的现金流量净额为-3.05亿元。同时,公司短期借款为16.94亿元,长期借款为8.9亿元,应付债券8亿元,可见资金非常紧张。

银星能源的资源压力同样不小,公司上半年营业收入同比下降超四成,2000多万元净利润甚至不够项目资本金支出额度的一半。虽然公司总资产有大约50亿元,但是负债额高达44.51亿元。加上建站项目需向银行贷款逾2亿元,公司负债情况将进一步恶化。

## 两大对手公开和解 雷士 争夺管理权风波 尘埃落定

曾经因为对峙数月的雷士照明的三方,在风波平息后于近日公开亮相。雷士照明创始人吴长江与现任董事长阎焱以及施耐德(中国)董事长朱海在做客新浪财经视频专访时表示,涉事三方并无根本利益的冲突,如今已达成和解。

“我们之间没有利益上、权力上的斗争。”吴长江将始自今年5月的雷士照明管理权之争的原因归为三方“在一些观点上、经营理念上有些分歧”。

阎焱亦称,“大家没有根本利益的冲突”,“理念和看法上不一样,包括做事的方法不一样,这些都很正常。”

在朱海看来,三方之间“没有利益跟权力的斗争”,是和解达成的基础。9月4日雷士照明一纸“任命吴长江为公司临时运营委员会负责人,管理公司日常运营”的公告,被外界视为三方达成和解的标志。

吴长江认为,目前他管理下的雷士照明的当务之急是“把公司尽快稳定,生产经营要正常”。同时他还表达了对重返董事会的渴望,“在决策上我能发表我的一些见解、意见。”

对此,阎焱回应称自己“希望明天就辞掉董事长”,董事会“从来都欢迎吴长江的回来”,他心目中理想的董事长人选正是吴长江。据其透露,吴长江重返董事会一事“现在已经在走流程”,“不会超过三个月”。(尹聪)

▶▶▶▶▶ [上接A1版]

## 春秋航空:“两单、两高、两低” 炼成低成本航空

“两单”指单一机型和单一舱位。春秋航空所引进机型统一为空客A-320机型,只有经济舱,而国内客机一般分商务、经济两舱制。单一机型单一舱位降低人员执照培训、航材储备、飞行维修管理等成本。“两高”是指高客座率和高飞机利用率。通过改装,春秋航空飞机的座位数量增加到180座,比国内一般客机多26个,而目前春秋航空的平均客座率达到95%,居行业之首;高飞机利用率是指春秋航空规划点对点的航线结构,高密度地编排航班。目前,厦门、沈阳、哈尔滨、青岛、广州、海口、三亚等航线上已开辟每天2-4个航班。“两低”则是指低营销费用和低管理费用,包括简化地面和客舱服务,减少免费行李重量,依靠春秋国旅众多的网点订票,采用电话呼叫中心或网上直销而不依赖代理销售等。

### 让人人坐得起飞机

春秋航空在国内市场获得盈利的同时,还将目光投向了更远的天空。2010年7月28日通达日本茨城后,向国际迈进的步伐不断加快,春秋飞往日本高松、佐贺以及中国香港、澳门、泰国曼谷的航线相继开通。

张武安介绍说,在开通航线之前,像日本茨城、佐贺、高松等地的知名度都较低,中国游客几乎很少有人知道。但开通航线后,很快提高了当地的知名度,大大加强了两地之间的交流和往来。几近关闭的日本茨城机场由于春秋航空的加入,获得了“最佳廉价航空公司机场”的荣誉,日本媒体称春秋航空是日本机场的“救世主”,日本已经把春秋航空进入日本的2010年,作为日本低成本航空的元年。

春秋正在实现着“让人人坐得起飞机”的理想,希望在开拓中国低成本航空的路上飞得更高,飞得更远。

## 外贸企业转型突围:义乌人自建“鱼塘”好“钓鱼”

□ 李继峰

国家统计局日前发布8月份中国制造业采购经理指数(PMI)为49.2%,较7月回落3个点,创5个月以来最低。而50%通常被认为是一个临界点,低于50%,意味着制造业经济正在收缩。实际上从今年4月以来,PMI逐月呈现下降趋势,那么中国制造业目前到底面临着怎样的压力?

### 义乌水钻加工厂艰难支撑

义乌福田饰品专业街,是义乌市的三大饰品批发市场之一。这个市场,有三四百家批发门店专事批发水钻等饰品。上午10点,商铺纷纷开门营业,然而,街上的客商却稀稀落落。

饰品加工厂家厂长赵向尧来送打磨好的水钻成品。紫曼水晶店的经理吴永青对样品很满意,但是嫌价格太贵。3000多包水钻,最终以2万多元成交,赵向尧直喊亏。

临近中午,紫曼水晶来了位印度客商,是老客户了,但双方针对价格还是争了半天。来自印度的瑞祥,在印度经营着一家饰品公司,每年都来

义乌进货,饰品进口额近300万元。瑞祥告诉记者,这两个月感觉生意越来越难。他们在印度国内的水钻等饰品滞销,价格也卖不上去。今年从中国进口水钻的量减少了25%,在价格上,印度市场也和中国市场一样价格下降了20%。

### 订单锐减,出口企业日子不好过

根据义乌商会的消息,受外需不振的影响,预计今年义乌小商品出口同比将下降15%左右,部分企业已经开始减员,甚至关门。吴永青举例,现在市场上水钻的价格跟前年相比,价格已经下降了一倍还多。

义乌市圣诞用品行业协会秘书长陈金林介绍,自圣诞用品协会成立的2009年8月,义乌市的圣诞用品企业只有几十家,发展到2012年则已有750家。今年的出口形势不好,许多行业的中小企业日子都不好过。

中国人民大学国际货币研究所副所长向松祚分析,出口企业目前面临外需不振和生产成本的双重压力,但是在他看来,今年的世界经济形势,呈“L”形,这意味着接下来,众多

出口企业仍将面临一段时间外需不振的严峻考验。

### 转型突围,义乌企业闯出一条路

面对这样低迷的市场环境,义乌的小商品生产商也在想办法,希望渡过难关。

在众多企业为订单发愁的时候,巨龙箱包的日子却从下半年开始好了起来,订单如雪花般飞来。下半年订单量开始回升,到现在,他们有点忙不过来,在巨龙箱包生产线上,工人们正在为赶出口西班牙的订单而忙碌着。

义乌市有400多家箱包企业,每年出口货柜达800多个。巨龙箱包有限公司总经理邵宝玲也是义乌市箱包协会的会长,她认为企业面临资金紧张,和外贸订单下降的双重压力。巨龙箱包在去年年末出现订单下滑苗头时,他们就开始想办法找订单。从去年下半年10月份开始,他们就在电子商务这一块平台投入非常大,当时投资20多万,针对主要的欧美市场,建立英语、法语、德语、意大利语等七国语言的官方网站。邵宝玲把这个七国语言

作支持的网站平台比做“鱼塘”,她有很多鱼塘可以钓鱼。

邵宝玲这次投入了20万元,得到了丰厚的回报。下半年,流失的欧美订单开始回流,并逆势增长30%。去年,公司开始请专业的团队打造自己的企业品牌,她的想法遭到了家人和员工的反对。但她坚持推出了自己的品牌,为了配合销售,邵宝玲打造了20多人的专业设计团队,并且派员工赴海外参观学习国外的设计理念,并改变过去过分依赖海外市场的销售格局。

浙江义乌扬航工艺品公司,把整个工厂都搬迁到了衢州市,而销售中心、产品展示区以及创意设计团队搬到了义乌创新园区。为了赶上年末国内圣诞市场的销售,电子商务销售团队正在忙着招兵买马,他们准备打造10到15人之间电子商务团队,重点开拓国内市场。去年年末,他们在德国的法兰克福开了家销售公司。利润高了一个方面,还能源源不断地吸引那里的订单,并且更能把握当地人的消费潮流。公司负责人楼辉辉对明年春天的欧洲订单充满了期待。